

# Der WirtschaftsReport

www.zielgruppen-medien.de

September 2015

6. Jahrgang

DIE HEIMLICHEN UND ERFOLGREICHEN LEUCHTTÜRME DER WIRTSCHAFT:

## Nicht im Rampenlicht – aber erfolgreich

> Günter Spahn

Die deutsche Industrie ist erfolgreich aufgestellt. Im Gegensatz zu Großbritannien, das unter Margaret Thatcher eine De-Industrialisierung betrieb und jetzt mit großen Anstrengungen wieder Industrieförderung betreibt, hatte in Deutschland die Produktion bzw. die Industrie, abgesehen von strukturellen Problemen, immer einen relativ hohen Stellenwert. Dieser wird aber durch verschiedene Faktoren bedroht. Dazu gehören die zu hohen Energiepreise und die zum Teil kontraproduktiven Rahmenbedingungen durch die Politik. Hinzu kommen in vielen Bereichen Akzeptanzprobleme für gewisse Branchen und Technologien, die zum Teil ideologisch befeuert werden. Auch die Globalisierung mit dem Trend, Produktion bzw. Fabriken in Kundenländer wie in Asien, Nord- und Südamerika zu verlagern, stellt eine Gefahr für die industrielle Wertschöpfung in Deutschland dar. Unverkennbar werden auch einfachere Produktionsabläufe ins kostengünstigere Ausland verlagert – in Deutschland selbst bleibt die Technologie für anspruchsvolle Produkte mit hochqualifizierten Beschäftigten. Aber insgesamt und von den genannten Einschränkungen abgesehen, sind in Deutschland hergestellte Produkte aufgrund ihrer Qualität und technologischen Überlegenheit nach wie vor auf den Weltmärkten gefragt. Dies sichert auf absehbare Zeit der deutschen Industrie ihren hohen Rang im Heimatmarkt und somit auch Beschäftigung. Ein Selbstläufer indessen ist die deutsche Industrie nicht. Sie muss immer ein Stück besser als der internationale Wettbewerb sein und innovativere Produkte entwickeln, weil neue Konkurrenten etwa aus China über den Preis deutschen Firmen und Produkten auf den Absatzmärkten zusetzen. Ein Beispiel dafür ist die Bahntechnik, bei der noch vor nicht allzu langer Zeit Hersteller aus Deutschland und der Schweiz den Markt beherrschten.

### DIE STILLEN ERFOLGREICHEN

Die deutsche Industrie ist von einem guten Mix geprägt. Neben den großen internationalen DAX-Werten bzw. Aktiengesellschaften wie Siemens oder die BASF und den bekannten Großunternehmen wie Bosch, Henkel, Boehringer Ingelheim oder Schaeffler, jeweils mit der Struktur eines Familienunternehmens, gibt es unzählige „heimliche“ Weltmarktführer in der Nische, mittelständisch geprägt und oft auch Familienunternehmen oder inhabergeführt. Eine weitere Reihe stellen die in der breiten Öffentlichkeit



Es sind oft unbekannte Unternehmen, deren Produkte eine hohe Querschnittsfunktion für andere Branchen haben: Antennensysteme von Rohde & Schwarz, Antriebe für Fähren von Voith, Silicone von Freudenberg oder LPG-Anlagen von Linde (Bilder im Uhrzeigersinn). Mehr über vier „verborgenen“ Weltplayer im Innern dieses Specials.

Bilder von den Unternehmen

oft unbekannt, jetzt teilweise wieder Großunternehmen, mit einem aufgefächerten Produktportfolio dar. Es sind die Firmen im Hintergrund, oft die Innovationstreiber, ohne deren Produkte nicht viel läuft. Ein

gutes Beispiel dafür ist die Weinheimer Freudenberg-Gruppe mit einem Umsatz von fast sieben Milliarden Euro, einem Vorsteuerergebnis von 625 Millionen Euro und weltweit fast 41.000 Beschäftigten. Die Produk-

te von Freudenberg kommen in den verschiedensten Einsatzfeldern meist nicht sichtbar, aber unverzichtbar, zur Anwendung. Rohde & Schwarz, Weltmarktführer in der drahtlosen Kommunikations- und Ortungstech-

nik, ist ein weiteres Beispiel für Gesellschaften, die mit ihren Lösungen und Erzeugnissen eine herausragende Querschnittsfunktion auch in andere Branchen haben. Über diese Stützen der deutschen Wirtschaft berichten wir in dieser Ausgabe.

### REPUTATION IN EINER MEDIENWELT

Dennoch haben sich gerade für die erfolgreichen heimlichen Leuchttürme die Bedingungen in einer vernetzten und immer stärker kommunikativ geprägten Welt verändert. Entscheidend für die Zukunft der stillen Unternehmen wird sein, richtige und für die Unternehmen erfolgreiche Mitarbeiter(innen) zu gewinnen und zu begeistern. Da haben es Daimler, Siemens, BMW oder Bosch mit ihrer außerordentlich hohen Strahlwirkung auf Hochschulabgänger leichter. Selbst Markenartikel wie Beiersdorf oder Oetker, beispielsweise mit seinem Radeberger Pils, haben einen ungleich höheren Bekanntheitsgrad im Vergleich etwa zu einer Unternehmensperle wie die Linde AG. Wer kennt schon Industriegase oder Luftzerlegungsanlagen? Oetker Backpulver oder eben Radeberger schon (fast) jeder. Daraus ist zu folgern, dass gerade in der „Breite“ relativ unbekannt, gleichwohl unentbehrliche, Unternehmen ihr Profil schärfen müssen. So muss ein Großunternehmen wie Freudenberg mit zahlreichen Tochtergesellschaften unter anderen Namen eine Dachmarken-Strategie entwickeln, um den Bekanntheitsgrad gegenüber potenziellen künftigen qualifizierten Beschäftigten zu erhöhen. Denn für die künftigen Herausforderungen für die Zukunftsbewältigung der „heimlichen Leuchttürme“ der deutschen Wirtschaft sind zwei Dinge wichtig. Erstens – es wurde schon gesagt – immer besser und innovativer zu sein und zweitens der Gewinnung und Ausbildung hochqualifizierter Mitarbeiter eine hohe Priorität beizumessen. In einer kommunikativer gewordenen Welt müssen auch Familiengesellschaften, gerade wenn sie eine gewisse Größe erreicht haben, transparenter werden. Das „stille Kämmerlein“ war einmal. Familienunternehmen müssen mehr Mut entwickeln, etwa auch über einen Geschäftsbericht offen zu berichten. Es gibt bereits Familiengesellschaften wie Voith und Freudenberg, die einen Geschäftsbericht bei Bilanzpressekonferenzen präsentieren, der in der Darstellung und Transparenz des Zahlenwerkes einen Vergleich mit einem DAX-Wert nicht zu scheuen braucht. Junge Hochschulabsolventen wollen wissen, wie ihr „Favorit“ auch wirtschaftlich dasteht. Geheimniskrämerei ist eher kontraproduktiv.



## FREUDENBERG – DIE DISKRETE TECHNOLOGIE-GRUPPE AUS WEINHEIM:

## Neues Profil: Innovating Together

&gt; Günter Spahn

Die Fachwelt kennt Freudenberg! In der breiten Öffentlichkeit ist der Weinheimer Traditionskonzern – obwohl längst weltweit aktiv – jedoch nicht so bekannt, wie auch Dr. Mohsen Sohi, Sprecher des Vorstands des Familienunternehmens, bei einem Gespräch mit Studenten der Mannheimer Universität feststellte. Aber Freudenberg ist ein faszinieren-

mit den Erfordernissen unserer heutigen Zeit verbindet. Immer hat das Unternehmen der Familie Freudenberg – heute 320 Nachkommen des Firmengründers Carl Johann Freudenberg – gehört.

Die Dachzeile dieses Beitrages – diskrete Technologie-Gruppe – stimmt sogar aus der Sicht des Unternehmens selbst, denn die Produkte und Lösungen, so definieren die Weinheimer ihr Business, berühren uns zwar oft indirekt alle, aber „meist nicht sichtbar, aber immer unver-

den und weiteren Geschäftsgruppen im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von über 7 Milliarden Euro und ein Ergebnis vor Ertragssteuern von fast 646 Millionen Euro erzielt.

Neben der „Strategischen Führungsgesellschaft“, bei der u.a. die Familiengeschafter über die Freudenberg & Co.KG Ihre Interessen definieren, liegt das eigentliche operative Geschäft bei der Freudenberg SE. Die erwähnten vier Geschäftsfelder sind die Dichtungs- und Schwingungstechnik, Vliesstoffe und Filtration, Haushaltsprodukte sowie Spezialitäten und Sonstige. Bei den Geschäftsfeldern sind dann noch insgesamt 12 Geschäftsgruppen angegliedert. Begonnen hat alles einmal mit einer bescheidenen Gerberei, aus der sich schließlich eine der größten Lederfabriken entwickelte. Freilich hat sich Freudenberg auf dem Wege zum allumfassenden Technologiekonzern, dessen Produkte in unser Leben direkt und indirekt eingreifen, längst verabschiedet.

## UNSIHTBARE INNOVATIONEN

In der Tat haben wir alle irgendwie und irgendwann – bewusst oder unbewusst – mit Freudenberg-Produkten Berührung. Dies beginnt schon in der frühesten Kindheit mit Vliesstoffen, die in Windeln verarbeitet werden. Dies geht weiter z.B. mit Raumluftfilter für unsere Autos oder mit polyurethanan Schaumsystemen, eine Schlüsseltechnologie für die moderne Wundversorgung. Und wenn wir uns eine Kreuzfahrt mit einem der Riesen auf den Meeren gönnen, dann sind in den Schiffen oft Freudenberg-Produkte für den Komfort und die Sicherheit des Betriebes eingebaut. Zum Beispiel über 1.000 Viledon-Filter für die Klimaanlage oder gegen die Luftfeuchtigkeit im Motorraum. Und selbst beim eigentlichen Antrieb sind die Weinheimer mit ihren Technologien wie Hauptdichtungen für die Schiffswellenanlage, die die Drehbewegungen eines Schiffes auf den Propeller überträgt, beteiligt.

Komplizierte Dichtungstechnik ist Hightech pur. Ohne sie würden in

vielen Bereichen die Räder stillstehen. Ein Beispiel dafür sind Tunnelbohrmaschinen, riesige „Maulwürfe“ für die Infrastruktur, die aber bereits bei einem Korn Staub ihren Geist aufgeben. Freudenberg Produkte verhindern dies. Aber auch für riesige Abwasserpumpen, etwa für das Londoner Großprojekt Lee-Tunnel, sind Spezialdichtungen gefragt. Jede Dichtung für die britische Hauptstadt wiegt allein sechs Zentner oder 300 Kilogramm und hat einen zweigeteilten Aufbau. Für die jeweils 52 Tonnen wiegenden Pumpen hat die Freudenberg-Gesellschaft Eagle Burgmann die speziellen Dichtungen konstruiert und gefertigt.

Eine besondere Herausforderung stellen die schwingungstechnischen Bauteile für Hochgeschwindigkeitszüge dar, die z.B. im extrem kalten Nordosten Chinas bei Temperaturen bis minus 50 Grad Celsius zuverlässig im Betrieb sein müssen. Eine Freudenberg-Innovation unter dem Namen Polar-Flöex 215 sichert die Funktionsfähigkeit: Dichtungslösungen – extrem wichtig – im Verborgenen!

Das Geschäftsfeld Dichtungs- und Schwingungstechnik ist der größte Bereich bei Freudenberg und deckt Kundenanforderungen aus der Automobilindustrie, der zivilen Luftfahrt, dem Maschinen- und Schiffsbau einschließlich der Öl- und Gasförderung z.B. mit Sicherheitsventilen für Ölplattformen, der Lebensmittel- und Pharmaindustrie oder für die Land- und Baumaschinenindustrie ab. Dichtungen sind eine Schlüsseltechnologie – dies weiß auch jeder Autofahrer.

## FREUDENBERG BEWEGT

Zwar gehören Schmierstoffe nicht zum Geschäftsfeld Dichtungs- und Schwingungstechnik – aber Schmierstoffe haben wie Dichtungstechnologien eine wichtige Funktion überall dort, wo sich Maschinen, Anlagen, Motoren oder Getriebe drehen oder bewegen. Freudenberg hilft mit Produkten seiner Gesellschaft Klüber Lubrication Reibung und somit Verschleiß zu vermeiden. Über 2000

verschiedene Spezialschmierstoffe für alle Branchen und Bauteile sichern Produktionsabläufe und Bewegungen. Dabei sind auch Spezialschmierstoffe sehr ambitionierte Produkte, die unter schwierigsten Bedingungen wie extreme Temperaturunterschiede funktionieren müssen. So unterliegen Windenergieanlagen besonderen Schwankungen. Freudenberg hat für die Getriebe der Windenergie spezielle Schmierstoffe entwickelt. Auch für die Werftindustrie sind Spezialprodukte für die Schmierung der Ruderanlagen von ausschlaggebender Bedeutung.

## INNOVATING TOGETHER

Für eine so umfangreiche Technologie-Gruppe wie Freudenberg mit einem sehr umfangreichen Produktspektrum ist es wichtig, als globale Marke aufzutreten. „Eine starke Marke Freudenberg sorgt in unserer immer komplexeren Welt für eine klare Orientierung. Sie strahlt Erfolg aus und gibt ein klares Leistungsversprechen ab“, sagte vor wenigen Wochen Freudenberg-Chef Mohsen Sohi bei der Vorstellung der neuen Markenstrategie in Detroit. Das Markenprofil „Freudenberg – Innovating Together“ soll die Gesamtgruppe bei Kunden und in der Öffentlichkeit weltweit stärker positionieren und im Wettbewerb um neues qualifiziertes Personal noch attraktiver machen. Bereits in der Vergangenheit wurde Freudenberg mehrmals zum „Top-Arbeitgeber Deutschlands“ gekürt. Freudenberg will unverwechselbar sein und durch sein neues Markenprofil seinen Anspruch, technologisch führend zu sein, unterstreichen. Innovating Together – dies steht für die Stärke von Freudenberg als Global Player. Die neue Corporate Identity gilt konzernweit für die Gesellschaften der Freudenberg-Gruppe mit Ausnahme der Gesellschaften mit einer eigenständigen etablierten eigenen Marke wie Vileda oder Klüber Lubrication, die jedoch künftig den übergreifenden Markenzusatz „a brand of Freudenberg“ führen



Dr. Mohsen Sohi, Chef der Freudenberg Gruppe, trimmt den weltweit aktiven Familienkonzern mit Innovationen, neuen Technologien und Beteiligungen zur High-Tech-Gruppe, die den Umsatzanteil mit neuen Produkten erheblich steigern soll.

© Freudenberg

des Unternehmen, wirtschaftlich höchst erfolgreich, breit aufgestellt mit innovativen Produkten in den verschiedensten Geschäftsfeldern und verankert in einer nunmehr schon 166 Jahre bestehenden Unternehmenskultur, die traditionelle Werte eines Familienunternehmens

zichtbar.“ Mit all seinen Aktivitäten, gut 150 Produktionsgesellschaften und weiteren zahlreichen Vertriebsgesellschaften im In- und Ausland, die weltweit (Stand Ende 2014) über 40.000 Mitarbeiter in rund 60 Ländern beschäftigen, hat Freudenberg mit seinen vier Hauptgeschäftsfel-

## DIGITALISIERUNG EROBERT DEN MITTELSTAND:

## Kleine Unternehmen reserviert

Die Digitalisierung schreitet voran und hat den industriellen Mittelstand erreicht. Nach dem aktuellen und im Juli 2015 veröffentlichten Mittelstandspanel vom BDI (Spitzenorganisation der Deutschen Industrie) und dem Beratungsdienstleister PwC setzt jedes dritte Unternehmen neue Technologien vor allem in den Bereichen Absatz und Vertrieb ein. 2014 lenkten die mittelständischen Industrieunternehmen Deutschlands durchschnittlich 4% ihrer Investitionen in den Ausbau der digitalen Techniken. Nachholbedarf gibt es allerdings im produktiven Bereich. Nur jedes fünfte Unternehmen

hat bisher digitale Techniken für die Produktion eingesetzt; dies waren allerdings weitgehend die größeren und exportorientierten industriellen Mittelstandsunternehmen.

## DIGITALISIERUNG KEIN HYPE

Nach Einschätzung von PwC unterstreicht das Mittelstandspanel, dass die Digitalisierung „keine Eintagsfliege“ sei. Die deutschen Industrieunternehmen wollen in Zukunft mehr Geld in die Digitalisierung stecken. 60% der Unter-

nehmen, die bereits in die Digitalisierung investierten, wollen ihr Budget dafür in den kommenden fünf Jahren ausweiten. Am größten ist der Digitalisierungsgrad mit 37% im Westen, während in Ostdeutschland nur rund jedes vierte Industrieunternehmen oder 23% digitalisiert ist. Auch in den ansonsten innovativen Ländern Baden-Württemberg und Bayern besteht Nachholbedarf in ländlichen Regionen. Hier sei die Politik in der Pflicht. Sie müsse den Breitbandausbau in den entsprechenden Räumen merklich vorantreiben.

Allerdings stufen fast ein Viertel

der befragten Unternehmen die Digitalisierung für sich als „nicht relevant“ ein. Jedes zehnte Unternehmen schätzt sogar für die nächsten fünf Jahre digitale Technik für die eigene Wettbewerbsfähigkeit für bedeutungslos ein und weitere 16% unterstellen eine nur geringe Bedeutung. Demgegenüber weist Hans-Toni Junius, Vorsitzender des BDI/BDA-Mittelstandsausschusses auf Gefahren bei der Vernachlässigung der neuen Technik hin: „Wer heute den digitalen Wandel nicht mitgeht, der bringt sich um die Marktchancen von morgen. Der Mittelstand darf den Anschluss nicht verlieren.“

WR

Der WirtschaftsReport  
www.zielgruppen-medien.de

Verlag:  
Zielgruppen-Medien Verlag  
Günter und Christian Spahn  
Postfach 11 42; 85421 Erding b. München  
Tel. 08122/48632, Fax 08122/95 70 77  
E-Mail: info@zielgruppen-medien.de  
Herausgeber & Chefredakteur:  
Günter Spahn  
guenter.spahn@zielgruppen-medien.de  
Koordination & Layout:  
Christian Spahn  
christian.spahn@zielgruppen-medien.de  
Technische Herstellung/Druck:  
Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH (WVD)  
Kurfürstenstraße 4, 64546 Mörfelden-Walldorf

Copyright:  
Alle Seiten dieses Specials sind Eigentum des Zielgruppen-Medien Verlages und daher urheberrechtlich geschützt.





**KREATIVITÄT – EFFIZIENZ – SERVICE FÜR ALLE BRANCHEN UND UNTERNEHMEN**

**GANZHEITLICHES PERSONALMARKETING AUS EINER HAND:**

## Exzellenter Service im Bereich der Personalwerbung

**U**nternehmen stehen vor großen Herausforderungen. Ihre Zukunft hängt davon ab, ob sie die besten und passenden Mitarbeiter gewinnen können. Der Erfolg dafür resultiert aus einem ganzheitlichen Personalmarketing, das alle Facetten abdeckt: vom Employer Branding bis zum aktiven Recruiting in sozialen Netzwerken. Die Werbeagentur WESTPRESS mit Sitz in Hamm (Nordrhein-Westfalen) unterstützt ihre Kunden auf dem Weg zum Recruiting-Erfolg. Die Agentur ist heute einer der führenden Full-Service-Dienstleister für Personalmarketing in Deutschland. 140 hochspezialisierte Mitarbeiter bedienen etwa 4.000 Kunden aus allen Branchen: Unternehmen jedweder Größe, bis hin zu Konzernen, die weltweit operieren.

WESTPRESS bietet alle Services im Personalmarketing an. Die Anzeigenschaltung und die zugehörigen Leistungen wie Anzeigenerstellung und -korrektur in Print und Online inklusive Mediaberatung bilden die Basis des allgemeinen Tagesgeschäfts. Hinzu



Die Mitarbeiter sollen sich wohlfühlen: Das moderne Westpress-Firmengebäude in Hamm unterstreicht dies. © Westpress

kommen Dienstleistungen wie die Text- und Layout-Erstellung/-Optimierung sowie die Erarbeitung strategischer Konzepte in Social Media. Die Bandbreite der Leistungen reicht von der Erstellung von Mediaplänen über die Konzeption von (crossmedialen) Kampagnen bis hin zur Ausarbeitung, Begleitung und

Betreuung ganzheitlicher Konzepte für Employer- Branding-Strategien. Die weitere Ausrichtung zielt auf crossmediales, integriertes Personalmarketing, das alle Kanäle zielgruppenspezifisch ausschöpft. Mit anim.Ad hat WESTPRESS eines der ersten Angebote für animierte Online-Stellenanzeigen vorge-

stellt. Außerdem befindet sich die 100-prozentige Tochter der Agentur, die WESTPRESS Personalberatung, ebenfalls am Standort Hamm. Sie hat direkten Zugriff auf alle Kanäle. Die Leistungen umfassen das Agieren als diskreter Briefkasten für Unternehmen, Executive Searches sowie das komplette Bewerbermanagement.

Zudem steht den Kunden ein eigenes, mandantenfähiges Bewerber-Management-System zur Verfügung. WESTPRESS gibt auch dem Markt wichtige Impulse. Seit 2004 veröffentlicht die Agentur regelmäßig den Medialeistungstest. Er ist die einzige Media-Studie für Stellenmärkte und Jobbörsen und liefert wichtige Informationen sowie Benchmarks für die Schaltung von Stellenanzeigen. Des Weiteren veranstaltet WESTPRESS regelmäßig Workshops für Kunden und interessierte Unternehmen. Die Seminarreihe „Die perfekte Stellenanzeige“ etwa, welche die Agentur seit 2012 gemeinsam mit W&V Job-Network durchführt, gibt Einblick in die kreative Gestaltung und das Wording von Stellenanzeigen für verschiedene Zielgruppen. Als Mitveranstalter von Kongressen wie dem HR Marketing Congress in München oder der Social Media Personalmarketing Conference exklusiv in Hamm schafft WESTPRESS Foren, auf denen Experten und die Verantwortlichen in Personalmarketing und Recruiting die wichtigen und entscheidenden Themen und Probleme des Marktes diskutieren können.

**UNTERNEHMENSKULTUR BRAUCHT TRANSPARENZ IN DER PRÄSENTATION NACH AUSSEN:**

## Westpress als Full-Service-Dienstleister

**C**hristian Hagedorn kämpft leidenschaftlich für das Thema Employer Branding. Der geschäftsführende Gesellschafter von WESTPRESS, Agentur für Personalmarketing, sieht darin ein Schlüsselthema, um den Unternehmenserfolg in Zukunft zu sichern. „Wer morgen die passenden Fachkräfte und jungen Talente gewinnen möchte, muss sich heute konsequent um seine Arbeitgebermarke kümmern. Das fängt bei der Unternehmenskultur an und reicht bis zur Unternehmensdarstellung in der konkreten Stellenanzeige“, sagt Christian Hagedorn.

Aus dieser Überzeugung heraus hat er bei WESTPRESS den Dienstleistungsbereich Personalmarketing

vorangetrieben und konsequent alle Kompetenzen aufgebaut, die eine Beratung für ein ganzheitliches Personalmarketing und Employer Branding



Christian Hagedorn, geschäftsführender Gesellschafter von Westpress. © Westpress

ding erfordern. Zugleich will Hagedorn mit dem eigenen Unternehmen ein Beispiel für ganzheitliches Employer Branding setzen. Die Kultur bei WESTPRESS und das hochmoderne Firmengebäude in Hamm sind darauf ausgerichtet, dass Mitarbeiter sich am Arbeitsplatz wohlfühlen und dem Unternehmen verbunden sind. „Wir sind ein Team, in dem jeder wichtig ist“, ist das Credo, mit dem Hagedorn das Unternehmen zum Erfolg geführt hat.

Christian Hagedorn wurde 1968 geboren und ist in Hamm in Westfalen aufgewachsen. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft in Münster ist er in die Werbeagentur WESTPRESS eingetreten, die sein Vater Manfred Hagedorn 1969 übernommen und seitdem kontinuierlich ausgebaut hatte. Seit 2005 steht Christian Ha-

gedorn als Geschäftsführer an der Spitze des Unternehmens. Der Vater von drei Kindern treibt in seiner Freizeit viel Sport und engagiert sich in

der Handball-Jugendarbeit. Zudem begeistert er sich für Motorflug und hat 1998 sogar die Berufspilotenlizenz erworben.



Kreativ-Allee

59069 Hamm

Telefon: +49 (0) 2385 930-0

Telefax: +49 (0) 2385 930-9300

E-Mail: info@westpress.de

[www.westpress.de](http://www.westpress.de)



ROHDE & SCHWARZ – EIN TECHNOLOGIEFÜHRER DER DRAHTLOSEN KOMMUNIKATION:

# Meilensteine für Daten und Signale

> Sven Skoglund

In vielerlei Hinsicht hat das Münchener Familienunternehmen Rohde & Schwarz eine Alleinstellung; als Treiber der Produkt-Trends in der drahtlosen Kommunikation, als Pionier neuer Systeme und selbstverständlich als Innovationsführer. In einer immer stärker von Daten und Signalen beeinflussten Welt, setzt seit über 80 Jahren das heute international tätige Technologie- und Elektronikunternehmen mit Qualität und Präzision immer wieder mit neuen richtungsweisenden Entwicklungen Maßstäbe. Zu den vier klassischen Geschäftsbereichen Messtechnik, Rundfunk- und Fernsehtechnik, Sichere Kommunikation und Funküberwachungs- sowie Ortungstechnik – kam noch ein weiteres Arbeitsgebiet hinzu, die Cyber Sicherheit mit Sicherheitslösungen für den Schutz von IT-Infrastrukturen gegen Cyber-Attacks.

Auch Rohde & Schwarz ist (vielleicht sogar noch stärker als andere Hidden Champions) in der Öffentlichkeit, trotz seiner Größe mit fast 10.000 Beschäftigten, ein relativ unbekanntes Weltunternehmen, das aber im geschlossenen Kreis der Nachrichtentechnik bzw. der Wireless-Industrie Rang und Namen hat. Dort allerdings sehr wohl als bevorzugter und kompetenter Ansprechpartner. Und dennoch haben wir auch als Bürger außerhalb der Fachwelt täglich mit Rohde & Schwarz Berührung, ohne dass wir uns dieser Tatsache bewusst sind. Zwei Beispiele unterstreichen dies: Mobiltelefone oder Smartphone – jedes zweite Gerät auf der Welt wird mit Messgeräten von Rohde & Schwarz entwickelt und produziert; in der Rundfunk- und Fernsehtechnik sorgen in über 80 Ländern Sendeanlagen und Messtechnik des Unternehmens dafür, dass wir in



Am Rohde & Schwarz Unternehmenssitz in München befindet sich auch das moderne Entwicklungszentrum (Bild).

© Rohde & Schwarz

unseren Wohnzimmern analoges und digitales Fernsehen empfangen.

## STRATEGISCHES UNTERNEHMEN

Rohde & Schwarz produziert als Hightech-Unternehmen neben der Messtechnik und den Systemen der konventionellen drahtlosen Kommunikation auch Technologie für die Sicherheit im öffentlichen und hoheitlichen Interesse und hat insofern eine sicherheitsrelevante Bedeutung. Insbesondere mit seinem wichtigen Bereich „Sichere Kommunikation“ werden Systeme für die Nachrichtenübermittlung der äußeren Sicherheit – aber auch für die zivile Flugsicherheit entwickelt. So hängt die Sicher-

heit von jährlich über vier Milliarden Fluggpassagieren entschieden vom permanent funktionierenden Kontakt zwischen Piloten und Fluglotsen ab: Ein typisches Beispiel aus der Flugsicherung, für die Rohde & Schwarz die hochsensible Kommunikationstechnologie zur Verfügung stellt.

Hinzu kommen Solutions für die Verschlüsselungstechnik in Behörden sowie im Bereich „Funküberwachung und Ortungstechnik“ Systeme u.a. für die Marine inkl. ihrer U-Boote. Seit 2004 ist das Münchener Hightech-Unternehmen Sicherheitspartner der Bundesrepublik Deutschland. Zum Produktportfolio gehören Lösungen für abhörsicheres Telefonieren mit Smartphone und PC und für die verschlüsselte Datenübertragung in Netzwerken und über das Internet sowie für die Sicherheit elektronischer Identitäten. Insgesamt ist Rohde & Schwarz mit seinen Empfängern, Peilern, Signalanalysatoren, Antennen und weiteren Systemen seit vielen Jahrzehnten als zuverlässiger Partner in der inneren und äußeren Sicherheit tätig. Aus all diesen Gründen erfüllt Rohde & Schwarz auch im sicherheitspolitischen Bereich eine wichtige Rolle und ist für die Bundesrepublik somit auch ein strategisches Unternehmen.

## FLAGGSCHIFF DER WIRTSCHAFT

Neue Technologien aus dem Bereich der Informatik verursachen neue Herausforderungen und IT-Sicherheitsanforderungen. Deshalb wurde der Bereich Cyber-Sicherheit zu einem weiteren Betätigungsfeld für Rohde & Schwarz. Ständig wachsen die Angriffe durch Unbefugte bzw. Cyber-Kriminelle auf Rechner und Netze. Der dabei entstehende Schaden durch den Datenklau ist nicht nur wirtschaftlich riesig, denn durch Cyber-Angriffe können ganze Abläufe auch im öffentlichen Leben lahmgelegt werden. Rohde & Schwarz trägt

mit IT-Sicherheitslösungen und einer wirkungsvollen Sicherheitstechnik dazu bei, der Cyber-Kriminalität zu begegnen.

Zurecht bezeichnete Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer einmal die Firma Rohde & Schwarz bei einem Werksbesuch in Teisnach (Bayerischer Wald) als ein Flaggschiff der bayerischen Wirtschaft. Tatsächlich ist das Unternehmen in Bayern zuhause, strahlt aber in die Welt mit Innovationen und als Technologieführer hinaus. Manfred Fleischmann, Vorsitzender der Rohde & Schwarz-Geschäftsführung, bekennt sich zur regionalen Verwurzelung des Unternehmens. Das Bekenntnis zur Region gehört zusammen mit der Innovationskraft und dem Blick über die Landesgrenzen zu den Säulen, auf denen der Erfolg des Unternehmens beruht.

1933 gründeten die ehemaligen Studienkommilitonen Dr. Lothar Rohde und Dr. Hermann Schwarz in einer Wohnung im Münchener Lehel ein „Physikalisch-technisches Entwicklungsbüro“, aus dem dann schließlich Rohde & Schwarz hervorging. Heute – 82 Jahre nach der Gründung – ist Rohde & Schwarz ein globales Unternehmen, das in mehr als 70 Ländern mit Servicestützpunkten und Vertriebsorganisationen vertreten ist. Mit einer Exportquote von über 90% ist die Elektronikfirma ein herausragender Botschafter der bayerischen und deutschen Wirtschaft. Nach wie vor gehört die Firma den Familien Rohde und Schwarz und darauf ist man auch stolz. Als unabhängiges und wirtschaftlich erfolgreiches Familienunternehmen finanziert die Gesellschaft das Wachstum aus der eigenen finanziellen Stärke. Wichtig, so betont man in Führungskreisen von Rohde & Schwarz, sei auch, dass man als Familienfirma nicht dem oft hemmenden Quartalsdenken unterliege. Das Unternehmen erwirtschaftet mit 9.800 Beschäftigten einen Umsatz (2014) von 1,9 Milliarden Euro. Nach wie vor befindet sich die Unternehmenszentrale in München. Im vor einigen Jahren eröffneten Entwicklungszentrum – ein architektonischer Glanzpunkt – werden zusammen einschließlich der Firmenleitung

und Verwaltung über 2.000 Mitarbeiter(innen) beschäftigt. Hightech-Werke befinden sich in Teisnach (Fabrik des Jahres 2014), in Memmingen im Allgäu sowie im tschechischen Vimperk. Außerhalb Europas produziert Rohde & Schwarz in Singapur und Malaysia sowie für die lokalen Märkte in China und Brasilien. Fast die gesamte Wertschöpfung behält der Konzern im eigenen Haus, um den hohen Qualitätsanspruch zu sichern.

## ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Eines der Erfolgsgeheimnisse von Rohde & Schwarz sind schon immer die qualifizierten und hochmotivierten Mitarbeiter gewesen. Daran hat sich nichts geändert. Die Fluktuation ist gering. Als Familienunternehmen setzt Rohde & Schwarz auf flache Hierarchien und eine familiäre Atmosphäre. Nach wie vor werden Führungsaufgaben auch durch Beschäftigte aus den eigenen Reihen im Hause besetzt. Man lege Wert darauf, so Rohde & Schwarz, „Potentialträger im Konzern frühzeitig zu identifizieren“. Dies eröffnet jungen Mitarbeitern Chancen.

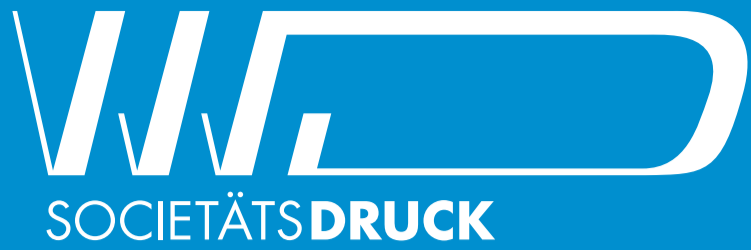
Laut einer Studie des Instituts Trendence, ein führendes Institut für Employer Branding, belegte das Elektronikunternehmen 2014 bei Studenten der Nachrichtentechnik den 2. Platz im Segment der beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland. Junge Menschen werden bei Rohde & Schwarz zu Elektronikern, Fachinformatikern und Industriekaufleuten ausgebildet. Auszubildende haben über das Programm „Azubis goes Bachelor“ sogar die Möglichkeit, ein duales Studium zu absolvieren. Es ist daher nicht verwunderlich, dass auch bei jungen Menschen Rohde & Schwarz über eine hohe Anziehungskraft als Arbeitgeber verfügt. Es stimmt offenbar alles, die Innovationsfreude, die Firmenkultur, die wirtschaftliche Stärke und last but not least auch die Qualität des Managements.



Die Testsystemplattform R&S CEM5100 ist eine flexible und zuverlässige Off-the-Shelf-Lösung für gestrahlte Störfestigkeitstests.

© Rohde & Schwarz





**LEISTUNGSSTARK  
INNOVATIV  
ZUVERLÄSSIG  
SCHNELL**

Dies alles und noch mehr –  
dies ist Ihr Partner, wenn Drucken  
eben mehr sein soll:

die Westdeutsche Verlags-  
und Druckerei GmbH  
in Mörfelden-Walldorf

Sie sagen uns Ihre Anforderungen –  
wir entwickeln Ihnen das richtige  
Konzept, wenn es um mehr geht.  
Wir drucken nicht nur, wir sind Ihr  
Partner für Entwurf, Dateneingang  
und Druck bis hin zum Versand!

**IDEALE VERKEHRSANBINDUNG  
DURCH UNSERE ZENTRALE LAGE  
IM RHEIN-MAIN-GEBIET**

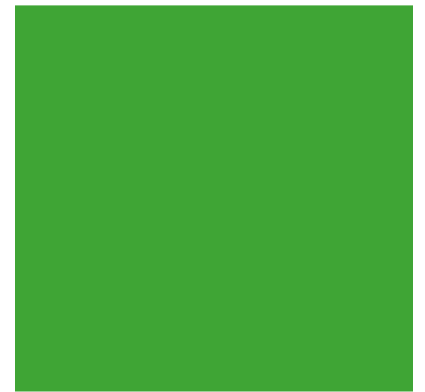
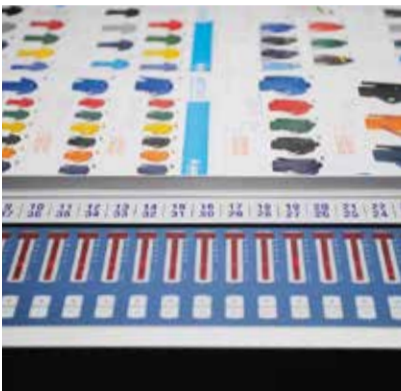
Wir helfen beim Layout, besorgen das richtige Bildmaterial,  
erarbeiten für Ihr Druckobjekt das passende Konzept, und wenn Sie  
wollen, bieten wir auch redaktionelle Kompetenzen und Übersetzun-  
gen in verschiedenen Sprachen!  
Die mehr als 70 regelmäßig von uns hergestellten  
Zeitschriften sind hierfür eine beeindruckende Referenz!

Wir sind Ihr Ansprechpartner für Zeitschriften, Geschäftsberichte, Kataloge, Zeitungen, Specials und Prospekte

**WESTDEUTSCHE VERLAGS- UND DRUCKEREI GMBH • KURHESSENSTRASSE 4-6  
64546 MÖRFELDEN-WALLDORF • WWW.WVD-ONLINE.DE**



**UNSERE INNOVATIVEN TECHNOLOGIEN  
– ZUM BEISPIEL UNSERE KBA COMPACTA 618 –  
GARANTIEREN UNSEREN KUNDEN HÖCHSTE DRUCKQUALITÄT**





## VOITH-PRODUKTE FÜR DIE HERAUSFORDERUNGEN DER ZUKUNFT:

# Heidenheimer setzen verstärkt auf die digitalisierte Industrie der Zukunft

> Hanns Alpow

**D**ie Heidenheimer Weltfirma Voith GmbH gehört zu den Ikonen der deutschen Wirtschaft, die gleichzeitig die Entwicklung von der frühen Industriekultur bis hin zur digitalisierten Industrie der Zukunft – Stichwort Industrie 4.0 – maßgebend geprägt haben und auch künftig mitgestalten. Gewiss wird es, um es gleich vorweg zu sagen, Verschiebungen und neue Aktivitäten innerhalb der Voith-Bereiche geben, weil zumindest die gedruckten Botschaften über Zeitungen durch das Internet teilweise schon verdrängt werden und infolgedessen weniger Papiermaschinen (eine Domäne von Voith) für Zeitungs- und Zeitschriftenpapiere bestellt werden. Von dieser Entwicklung sind auch die Hersteller von Druckmaschinen betroffen.

Doch Voith ist insgesamt nach wie vor gut aufgestellt. Dies gilt insbesondere für das Megathema Mobilität, wo Voith über seinen Bereich Turbo und Antriebe die richtigen Produkte z.B. für den prosperierenden Schienenverkehr auf dem Markt hat. Egal, ob Straßen- oder U-Bahnen, Regional- oder Hochgeschwindigkeitszüge: immer steckt ein wichtiges Stück Voith in den Fahrzeugen: Antriebstechnik und Radsätze, Gelenkwellen und Kupplungen. Gleiches gilt für Schiffsantriebe oder Retarder für LKW und Busse, um weitere Produkte für das Funktionieren der Mobilität zu nennen. Jetzt hat Voith die Weichen für

den zunehmenden Markt der Robotertechnologie gestellt. Mit einem großen Aktienpaket ist Voith beim Marktführer KUKA eingestiegen, der mit Schlüsselkomponenten für die digitalisierte Industrie der Zukunft eine wichtige Rolle spielt.

## 148 JAHRE VOITH

Voith feiert – und nach wie vor als Familienunternehmen – in zwei Jahren das 150-jährige Firmenjubiläum! 1867 wurde die Firma J.M. Voith gegründet. Johann Matthäus Voith übergab ein kleines Geschäft seinem Sohn Friedrich, ein Mann der Tat und „Unternehmerblut“ in den Adern. Die „Kerngeschäftsfelder – nach wie vor Säulen der Voith-Gruppe – wurden riesige Maschinen für die Papierherstellung und nicht minder gewichtige Anlagen für die umweltfreundliche Stromerzeugung mit Turbinen für die Wasserkraft. Leider kam auch aus ideologischen Gründen die Wasserkraft in das Reizumfeld der veröffentlichten Meinungen. Verständlich war und ist dies nicht, denn gerade die Wasserkraft spielt weltweit eine entscheidende Rolle, wenn es gilt, dem Klima durch weniger Emissionen zu helfen.

Ja, es stimmt – auch das Referenzunternehmen Voith musste insbesondere im Bereich Papier infolge der Marktzwänge Personalanpassungen vornehmen. Aber diese Maßnahmen sind erforderlich, um insgesamt auch künftig eine starke Rolle als Hightech-Unternehmen

spielen zu können. Aktuell ist der Bereich Turbo inkl. der Antriebstechnik mit einem Anteil von 28%

keit ging aufgrund des Erwerbs von Kuka-Anteilen auf immer noch gute 191 Millionen zurück.

zu ökologisch sauberem und erfolgreichen Wirtschaften, der schonende Umgang mit Ressourcen und die



Voith-Gelenkwellen werden für Walzwerke, Baumaschinen, Schiffsantriebe und Schienenfahrzeuge verwendet. © Voith

beim Auftragseingang der größte Bereich vor Voith Paper (26%), Voith Hydro (23%) und Services (23%). Im Geschäftsjahr 2014 erzielten die Heidenheimer weltweit mit immer noch über 39.000 Beschäftigten einen Konzernumsatz in Höhe von 5,3 Milliarden Euro und ein Vorsteuerergebnis von 119 Millionen Euro. Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätig-

Ein Jahr vorher betrug der Cashflow noch 317 Millionen Euro. Als weltweit aktiver Technologiekonzern mit Standorten in über 50 Ländern ist Voith mit Anlagen und Produkten ein wichtiger Partner seiner Kunden in den Märkten Energie, Öl & Gas, Papier sowie Transport und Automotive. Die Voith GmbH befindet sich zu 100% im Familienbesitz. Nachhaltigkeit und die Verpflichtung

Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei der Produktion nehmen bei Voith einen hohen Stellenwert ein. Dies gilt auch für die Verantwortung in der Gesellschaft. Soziale Verantwortung, ein Grundanliegen bereits bei der Gründergeneration, ist auch heute die Basis des unternehmerischen Handelns. Heute engagiert sich Voith in internationalen Projekten in den Bereichen Kultur, Bildung und Soziales.

## FAMILIENUNTERNEHMEN ALS ÜBERZEUGENDES GESCHÄFTSMODELL:

# Impulse für den Standort Deutschland

> Günter Spahn

**D**ie deutschen Familienunternehmen haben eine fundamentale Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Dies ergibt sich schon durch das Zahlengerüst. In über 180.000 Familienunternehmen werden über acht Millionen Menschen beschäftigt, die gleichzeitig in der Sozialversicherung angemeldet sind. 40% aller Unternehmensumsätze werden in Deutschland durch Unternehmen, die Familien gehören, erzielt. Diese wenigen Zahlen unterstreichen gleichzeitig, dass das Geschäftsmodell der Familienunternehmen überzeugend für die deutsche Volkswirtschaft und ihre Beschäftigungsstruktur ist.

Familienunternehmen haben zunächst im Gegensatz zu anonymen Aktiengesellschaften eine völlig andere Einstellung zum Unternehmen, weil die Familien als Eigner der Gesellschaften eine grundsätzlich andere Einstellung zum Unternehmen haben. Die Familien tragen als Unternehmer das Risiko der Geschäfte und somit auch die Haftung für ihre Firmen. Familienunternehmen sind

daher grundsätzlich vorsichtiger und unterliegen weniger den jeweiligen Modetrends hinsichtlich etwa der Investitionen in neue Produkte und Märkte. Dies mag zuweilen übervorsichtig sein, zahlt sich aber auf längere Sicht aus.

Auch haben Familienunternehmen eine wesentlich engere Verbindung zu ihren Standorten – im Vergleich zu großen Aktiengesellschaften. Unternehmerfamilien sind oft mit dem Unternehmenssitz über Generationen hinweg verbunden. Diese Grundhaltung kommt auch den Beschäftigten zugute, weil die Standortsicherung für Familienunternehmen einen ungleich höheren Stellenwert einnimmt – im Vergleich zu Aktiengesellschaften, bei denen die gesellschaftspolitische regionale Verantwortung nicht so sehr im Vordergrund steht.

Ganz entscheidend ist auch die Einstellung der Unternehmen zum kurzfristigen Erfolg oder Misserfolg. Familienfirmen bieten den Unternehmensleitungen – sofern die Firmen durch familienfremde Manager geführt werden – oft wesentlich mehr unternehmerischen Freiraum. Die „Angst“ vor der Kursentwicklung an den Börsen ist bei den klassischen Familiengesellschaften kein Kriterium.

Es gibt auch kein Quartalsdenken mit dem Zwang, Quartalsergebnisse den Finanzmärkten präsentieren zu müssen. Neue Produkte können sich in Familienfirmen viel besser entfalten, weil der kurzfristige Erfolg nicht zwingend ist. Auch muss nicht in erster Linie die Ausschüttungspolitik bei Aktiengesellschaften im Vordergrund stehen. Überwiegend verbleiben die Gewinne der Familienfirmen zur Substanzstärkung im Unternehmen.

## HERAUSFORDERUNG ERBSCHAFTSSTEUER

Eine große Herausforderung für Familienunternehmen stellt das generationenübergreifende Eigentum der Familienfirmen hinsichtlich der Erbschaftssteuer dar. Hier besteht ein Reformbedarf schon deshalb, weil Nachbarländer wie Österreich und aktuell die Schweiz die Erbschaftssteuer abschafften. In Deutschland hingegen ist bei der Übertragung des Firmenerbes im Todesfall des Firmeninhabers grundsätzlich die Erbschaftssteuer fällig, die früher oft auch als „Todessteuer“ bezeichnet

wurde, weil sie die Erben zwang, aus finanziellen Gründen der Steuerbelastung ihre Firmen zu veräußern. Reformbedarf besteht auch deshalb, weil nach wie vor die Erbschaftssteuer für Familienunternehmen einen diskriminierenden Charakter, im Vergleich zu den Wettbewerbern aus dem Kreis der großen Aktiengesellschaften, hat. Erbschaftssteuer entfällt nämlich beispielsweise bei großen Aktiengesellschaften, weil deren Anteile oft im sehr wörtlichen Sinne „breitgestreut“ im sogenannten Freefloat liegen. Familiengesellschaften sind also im Todes- bzw. Erbschaftsfalle gegenüber großen Aktiengesellschaften eindeutig benachteiligt. Ein weiteres Beispiel ist die fehlende Harmonisierung der Erbschaftssteuer bei Familienfirmen im Wettbewerb mit Konkurrenten aus dem benachbarten Ausland. So hat jetzt Stefan Heidebreder, Geschäftsführer der Stiftung Familienunternehmen, am Fallbeispiel zweier Weltmarktführer aus dem Bereich Schalungen – beide Wettbewerber sind Familienunternehmen – aus Deutschland und Österreich die Verzerrung im internationalen Wettbewerb skizziert. Während das deutsche Unternehmen mit Belastungen kämpfen müsste, ist

der österreichische Konkurrent dank der abgeschafften Erbschaftssteuer in einer komfortablen Situation. Die Erbschaftssteuer eignet sich nicht bei der fälligen Reform zur Spielwiese für ideologisch getriebene Belastungen für Familienunternehmen. Dies wäre auch kontraproduktiv, denn die 500 umsatzstärksten Familienfirmen waren nach einer Untersuchung des Mannheimer Zentrums für Wirtschaftsforschung auch in den kritischen Jahren der Finanzkrise zwischen 2006 und 2012 ein stabilisierendes Element und bauten weiterhin in Summe neue Arbeitsplätze auf. Familiengesellschaften liegen im öffentlichen Interesse. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie mit ihren Produkten für die Bundesrepublik Deutschland einen strategischen Stellenwert haben. Derzeit muss sich Deutschlands einziger Rohstoffkonzern im DAX, die Kassel K+S Aktiengesellschaft, mit einem kanadischen Wettbewerber ein Übernahmefecht liefern, bzw. ihre Eigenständigkeit verteidigen. Derartige Dinge können bei Familienunternehmen, vorausgesetzt die Familien als Eigner wollen nicht verkaufen, nicht passieren.



BEI DER LINDE AG STEHT DIE LUFT IM MITTELPUNKT:

# Unverwechselbares Profil als Weltplayer



Riesiger Linde-Luftzerleger: Die Anlage liefert Stickstoff für die Öl-Produktion.

© Linde AG

> Günter Spahn

**B**egonnen – wie könnte es in Bayern anders sein – hat alles mit dem Bier, dessen kühle Lagerung die Brauereien vor große Probleme stellte. Riesige Kastanien wurden angepflanzt, um die Böden, unter denen die Eiskeller lagen, schattig zu halten. Freilich haben heute die Bierkeller mit ihren Biergärten in München eine andere Funktion, nämlich die Pflege von Liberalitas Bavariae, das Leben und Leben lassen mit der unnachahmlichen Bayerischen Gemütlichkeit mit „Weiß-

wurscht und Brezn und eben einer Maß Bier“ – vielleicht auch mit mehr. Es war der Ingenieur und Erfinder Carl von Linde, der mit der 1871 erfolgten Entwicklung einer Kältemaschine den Brauereien die Kühlprobleme nehmen wollte. Es dauerte dann noch, bis der Durchbruch gelang. Das Prinzip beruhte auf der Abkühlung von Gas – die Assoziation von Kälte und Gas war dann 1879 die Grundlage zur Gründung der „Linde's Eismaschinen AG“, die heutige Linde AG. Die Linde AG ist heute eines der erfolgreichsten DAX-Unternehmen. Über 17 Milliarden Euro Jahresum-

satz wurden 2014 erzielt. Allein das operative Ergebnis ist mit 3,9 Milliarden Euro größer, als der Jahresumsatz vieler anderer großer Unternehmen. Die Eigenkapitalquote beträgt über 41%. Über 65.000 Menschen sind bei Linde weltweit in über 100 Ländern beschäftigt. Großaktionäre sind neben einer Vielzahl von institutionellen Anlegern aus den USA und dem Vereinigten Königreich die Norges Bank (Norwegischer Staatsfonds) als ein verlässlicher Ankeraktionär sowie BlackRock und der kanadische Finanzdienstleister Sun Life. Als Gase- und Engineering Unternehmen ist Linde eine Gesellschaft, die

mit ihren Geschäftsfeldern Teil unseres täglichen Lebens ist. Für die Bevölkerung dabei weitgehend unsichtbar, wenn man einmal von Kühlmöbel und Gabelstapler absieht, die aber längst nicht mehr zur Linde AG gehören. Es gehört zu den Markenzeichen von Linde, dass die Firma immer langfristig und berechenbar geführt wurde. Auf den legendären, 2012 verstorbenen Hans Meinhardt, der bei Linde 48 Jahre Verantwortung trug (davon 21 Jahre als Vorstandschef), folgte Gerhard Full, ebenfalls bis zu seiner Pensionierung Jahrzehnte im Unternehmen und schließlich ab dem Januar 2003 bis 2014 Wolfgang Reitzle. Auf Reitzle folgte Wolfgang Büchele als neuer Vorstandsvorsitzender des Vorzeigeunternehmens.

## GASE UND ENGINEERING

In den Geschäftsfeldern Gase und Engineering ist Linde Weltmarktführer und bietet die gesamte Leistungspalette im Gase- und Anlagenbaugeschäft komplett aus einer Hand – von der Entwicklung über die Produktion bis zur breiten Palette an Anwendungen von Industrie- und Medizingasen. Mit diesem Profil ist Linde einzigartig. Im Mittelpunkt des Linde-Geschäftsmodells steht die Luft als Gasgemisch mit den wichtigsten Bestandteilen Stickstoff (78%), Sauerstoff (21%), dem Edelgas Argon (1%) sowie weitere Gase. Mit riesigen Anlagen, den Luftzerlegern, wird die Luft für die verschiedensten Anwendungen, in reinen Sauerstoff, Stickstoff und andere Edelgase in einem sehr komplizierten Verfahren, das Linde entwickelt hat, „aufgeteilt“. Einen

weiteren Schwerpunkt stellen Anlagen zur Erdgasverflüssigung (LNG) und -aufbereitung sowie Petrochemie-Anlagen, in denen fossile Rohstoffe zu Grundbausteinen für die chemische Industrie umgewandelt werden. Weitere Anlagen dienen der Gewinnung von Wasserstoff, Kohlenmonoxid, Synthesegas, Ammoniak und Methanol. Die Gase werden im täglichen Leben fast überall eingesetzt; sie helfen beim Erhitzen und Kühlen, Schützen und Konservieren, Prüfen und Analysieren sowie beim Behandeln und Therapieren. Insbesondere medizinische Gase spielen eine wichtige Rolle im Gesundheitswesen. Ein weiteres Feld sind auch Gase für die Bereiche Industrie, Energie und Umwelt. Die Linde AG ist z.B. für die Stahlindustrie wichtiger Anbieter von Industriegasen. Während der Stahlproduktion wird viel Sauerstoff eingesetzt, um den Kohlenstoffgehalt im Eisen zu verringern. Mit der Linde-Wasserstoff-Betankungstechnologie nimmt das Unternehmen eine große Verantwortung und Herausforderung für die emissionsfreie Mobilität an. Selbst beim Elektroantrieb kann Wasserstoff über die Brennstoffzellen die notwendige Energie liefern. Große Erwartungen setzt Linde in das „On-site-Geschäft“. Dabei geht es nicht nur um die Lieferung und Installation von Gaseproduktionsanlagen an Kunden. Linde offeriert seine Kompetenzen auch als kompetenter und verlässlicher Betreiber der sehr komplizierten Anlagen. Dies sei, so der neue Linde-Chef Wolfgang Büchele, ein Wachstumsmarkt, weil die Kunden aus der Chemie-, Stahl- oder Mineralölindustrie ihre Gaseversorgung zunehmend „outsourcen“. Die Erfolgsgeschichte Linde geht auch unter Büchele weiter.

MEDIZINISCHE GASE SICHERN GESUNDHEIT UND HELFEN PATIENTEN:

# Breites Einsatzspektrum in Kliniken

> Hanns Alpow

**D**ie Probleme sind bekannt. Patienten fehlt oft frische gute Luft. Kinder kommen zur Erholung in waldreiche Landschaften und schließlich weiß auch jeder Kurgast, dass ausgedehnte Spaziergänge in freier Natur eine gesundheitsfördernde Wirkung haben. Gesunde Luft steigert unsere Frische und das Wohlbefinden. Viele Zivilisationskrankheiten haben ihre Ursache im Sauerstoffmangel. Medizinische Gase spielen bei der Erhaltung der Gesundheit und bei Heilungsprozessen eine unbestritten wichtige Rolle. Sie lindern Schmerzen, erhöhen das Wohlbefinden, beschleunigen die Heilung und können Leben retten. Für viele Formen der modernen Diagnose und Therapie sind medizinische Gase unverzichtbar. Verwendet werden sie zur Atemunterstützung, als Narkosemittel, zur Schmerzlinderung sowie zur Diagnose und Behandlung klinischer Zustände. Schließlich werden medizinische Gase auch für den Betrieb

und die Kalibrierung bzw. Messung medizinischer Geräte verwendet. Sauerstoff oder medizinische Luft gehört zu jeder medizinischen Einrichtung. Natürlich unterliegen medizinische Gase als Arzneimittel höchsten Standards bei der Sicherheit, Qualität und Wirksamkeit. Am weitesten verbreitet ist der Einsatz von Sauerstoff etwa durch eine Sauerstofftherapie. Jährlich erleiden ca. 200.000 Menschen in Deutschland einen Schlaganfall. Dann kommt es bei der Akutversorgung auf jede Sekunde an. Die Gehirnzellen können ohne Sauerstoff nicht überleben. Ohne Sauerstoffversorgung verstopft ein Gehirnversorgendes Gefäß mit der Folge des Zelltodes. Nur eine schnelle Diagnostik und Behandlung kann dies verhindern. Dabei kommt es auf die Reaktivierung der Sauerstoffversorgung an. Dies ist aber nur ein Beispiel. Medizinische Gase helfen z.B. auch die Funktion von Lunge und Blutssystem zu untersuchen. Bei der Linde AG, einem führenden Akteur auch bei medizinischen Ga-

sen nimmt der Medizinbereich eine bedeutende Rolle ein. Dabei geht die Verantwortung weit über die Bereitstellung von medizinischen Gasen hinaus. Mit einem umfassenden Service sowie mit weiteren Innovationen nimmt Linde die Herausforderungen des Gesundheitswesens an. Medizinische Gase sind sowohl im klinischen Bereich (Sauerstoff, Stickstoff, Lachgas, Kohlensäure), als auch in der Heimtherapie mit mobilen Geräten für die Sauerstofflangzeittherapie oder Sauerstoffkonzentratoren sowie Sauerstoff-Flaschen nicht mehr wegzudenken. Bereits jetzt leisten Spezialgase in der Medizin wichtige Beiträge auch in der Laserchirurgie. So setzen Augenärzte für eine Augen-OP Spezialgase von besonderer Reinheit ein. Die Linde AG erforscht spezielle Gasmischungen für die Laserbehandlung. Einen wichtigen Beitrag leistet auch Stickstoffmonoxid zur Inhalation. Das Gas führt zu einer Erweiterung der Blutgefäße und erhöht somit die Durchblutung. Im Vordergrund steht immer die Patientensicherheit. Alle medizinischen Gase unterliegen strengen Kontrollen.



Lindes neueste Innovation ist LIV IQ - ein Ventil mit einer intelligenten Anzeige, welche den verbleibenden Gasinhalt in mobilen Gasflaschen anzeigt. © Linde AG



# WIR BRINGEN IHRE BOTSCHAFTEN AUF DEN PUNKT ...

## DER WIRTSCHAFTSSTANDORT BRANDENBURG

# Der WirtschaftsReport

Präsentiert durch die Helaba

Länderspecial des Zielgruppen-Medien Verlages in Zusammenarbeit mit der Helaba

### BRANDENBURGS UNTERNEHMEN blicken optimistisch in die Zukunft: Impulsgeber Metropolregion Berlin-Brandenburg



**Industrieller Leuchtturm seit 1993: Rolls-Royce ist seit 20 Jahre erfolgreich am Standort Brandenburg**

**Hervorragende Leuchttürme in der Industrie**

**Brandenburgs neue Ministerpräsident Dr. Dieter Woidke steht sein Zukunftsbildnis vor**

**Motor Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg**

**Brandenburg hat bei einer Fläche von 29.486 Quadratkilometern und einer Anzahl von knapp 2,5 Millionen Einwohnern noch viel Platz. Im vergangenen Jahr erwirtschaftete das Land ein Bruttoinlandsprodukt in Höhe von 57,4 Milliarden Euro und stand mit 23.179 Mitarbeitern vor Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern. Die Wirtschaft ist, wie eine aktuelle Befragung mit den Mitgliedern der IHK in West- und Ostbrandenburg ergab, optimistisch. Sie stimmt in Westbrandenburg**

**Brandenburgs neue Ministerpräsident Dr. Dieter Woidke steht sein Zukunftsbildnis vor**

**Motor Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg**

**Brandenburg hat bei einer Fläche von 29.486 Quadratkilometern und einer Anzahl von knapp 2,5 Millionen Einwohnern noch viel Platz. Im vergangenen Jahr erwirtschaftete das Land ein Bruttoinlandsprodukt in Höhe von 57,4 Milliarden Euro und stand mit 23.179 Mitarbeitern vor Sachsen-Anhalt, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern. Die Wirtschaft ist, wie eine aktuelle Befragung mit den Mitgliedern der IHK in West- und Ostbrandenburg ergab, optimistisch. Sie stimmt in Westbrandenburg**

## Flughafen-Chef Dr. Michael Kerkloh zur 3. Startbahn (Seite 3)

# Der WirtschaftsReport

Eine Verlagsbeilage in Zusammenarbeit mit der Flughafen München GmbH

Juni 2012 4. Jahrgang

## EIN GUT FUNKTIONIERENDER LUFTVERKEHR stärkt die deutsche Wirtschaft: Luftverkehr als wichtiger Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor



**Der Luftverkehr spielt mit seinen Frachtmaschinen (Bild) für eine Just-in-time-Produktion in deutschen Automobilfabriken eine wichtige Rolle.**

**INHALT**

**SEITE 2** Interview: Helaba-Chef Bremer setzt auch künftig auf Strategie einer Verbundfinanzierung

**SEITE 3** Profil: Die Helaba ist eine für den Sparkassenverbund mit einer starken Verantwortung & Engagement in Brandenburg

**SEITE 4** Verantwortung & Engagement: Die Sparkassen in Brandenburg

**SEITE 7** Leuchtturm: Rolls-Royce zeigt die Spur des Erfolgs

**SEITE 8** Flughafen BER: Er wird – trotz diverser Schicksale – ein wichtiger Impulsgeber für die Region

**EDITORIAL:** HELABA IN BRANDENBURG

**SEITE 17** Seit dem 17. September 2012 ist die Helaba nun auch im Bundeszentralbank Sparkassenverbund. Dabei steht sich die gleichen Sparkassen in der Rolle eines klassischen Partners. von 420 deutschen Sparkassen über 160 entsprechende Institute der 5-Finanzgruppe in Hessen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen und Brandenburg und ist somit in Deutschland. Gleichzeitig hat die Helaba die größte Verankerung aller Landesbanken in der deutschen Sparkassenfamilie. Die enge und bewährte Zusammenarbeit mit den Sparkassen in der Wirtschaft, haben die Sparkassen die Markennähe und lokale Bedeutung. Sie sind vor allem Finanzpartner des Handwerks, der Selbstständigen wie Steuerberater und Rechtsanwältinnen sowie der mittelständischen Unternehmen und Privatkunden.

**Wissensfeld der Extraktive**

Brandenburg hat alle Chancen. Dazu trägt auch die hervorragende For-Universitäten Potsdam, Fraunhofer-Ost und Cottbus bei. Hierzu kommen vier Fachhochschulen sowie zahlreiche For- und Entwicklungszentren. In der Hauptstadt Potsdam haben mehr als 40 wissenschaftliche Einrichtungen ihren Sitz. Das Hans-Platner-Institut für Soft- und Hardwareentwicklung, Einrichtungen der Leibniz-Gemeinschaft und das Helmholtz-Zentrum Potsdam sind dem Deutschen Geoforschungszentrum GFZ.

### Vom höheren Gut

Was hat Vorrang? Individuelle persönliche Interessen mit Eigenem oder aber die Allgemeinheit? In der deutschen Gesellschaft können kritische Bürger die ja ausdrücklich durchaus gewollt sind, aber nur dann seinen Gesprächspartner sein, wenn sie zu einer fairen Güterabwägung von Vor- und Nachteilen für die Gesamtheit bereit sind und demokratisch zustande gekommenen Entscheidungen zustimmen. Um was geht es?

Allgemein geht es um die Infragestellung der Zukunfts- und Wertewortfähigkeit unseres Landes, wenn etwa Vorhaben der Infrastruktur wie Mobilität und Energieversorgung in der deutschen Gesellschaft nur noch schwer die notwendige Akzeptanz erhalten. Was ist also das höhere Gut? Die Menschen wollen – völlig unabhängig von der ererbten Zukunft- und Wertewortfähigkeit Deutschlands – einen gesicherten Lebensstandard, sie wollen daher unbedarft und gut bezahlte Arbeitsplätze. Die Deutschen wollen aber auch Lebensqualität und Freiheit durch die Mobilität in ihrem persönlichen Umfeld, etwa beim Urlaub nach dem Motto: „Gut sein, gut sein, gut sein“ kann man etwas haben, aber bisschen nicht, wenn es um meinen Karibik-Urlaub geht“. Das Sankt-Petersburg-Prinzip lässt gräßen! Zu einem Symbol für die zunehmende Verunsicherung wurde Stuttgart 21. Aber auch Autobahnen, Schienenbahn-Transport, Bäder, Schulen, Straßenbeleuchtung sind regenerative Anlagen, Wasserstraßen, Windräder und vor allem natürlich auch Fluglinien und Start- und Landebahnen werden in Deutschland – ein bisschen – so bald wie möglich wieder in Betrieb genommen werden. Dies ist ein Zeichen für die zunehmende Verunsicherung in der deutschen Gesellschaft. Wenn heute alle guten Argumente für einen Ausbau der Infrastruktur nicht hören, wird gerade der „Kult der Neuerung“ gestärkt. Wachstum, so die Meinung vieler Kritiker, brachten nicht mehr Wachstum ist die Bedeutung der Finanz- und Kapitalmärkte. Prof. Dr. Alexander Eisele, Leiter des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre & Mobilitätsmanagement an der ZEP-Universität Friedrichshafen, hat darauf eine drastische Antwort. Natürlich können wir Wachstum ablehnen, aber es habe noch nie gehört, dass es künftig keine Lohnhöhungen mehr geben sollte und die Menschen auf Urlaub, Mobiltelefone oder auf einen neuen Flachbildschirm verzichten wollen.

Eine gute Infrastruktur – und dazu gehört auch ganz besonders die Luftfahrt- und Personalverkehr und Luftfahrt – ist die Basis für eine funktionierende Wirtschaft, die wiederum Arbeitsplätze schafft und sichert. Aber wie soll diese funktionieren? Die Luftfahrt hat selbst im Krisenjahr mit dem Beispiel EADS mit seinen großen Werken (z.B. in Hamburg mit der Airbus-Fertigung) zeigt. So ist der deutsche Triebwerkhersteller MTU Engines an den Programmen der drei führenden Konzern für Großtriebwerke (Rolls-Royce, GE und Pratt & Whitney) beteiligt. Der Luftverkehr ist eine wichtige Säule der deutschen Volkswirtschaft.

Wahl, in der Menschen und Unternehmen sich immer stärker vernetzen, entschärfen der Zugang zum Luftverkehr über die Standortqualität ganzer Volkswirtschaften.

**Luftverkehr braucht Infrastruktur**

Deshalb braucht der Luftverkehr auch deshalb eine zukunftsfähige Infrastruktur. Die deutsche Exportindustrie ist weltweit aktiv. Auf der anderen Seite erlangen auch in Deutschland die meisten großen Investitionen in neuen und mittleren Umflut von Airports. Bereits heute hängen in Deutschland ca. 850.000 Arbeitsplätze direkt und indirekt von Luftverkehr ab. Allein 30.000 Menschen beschäftigen der 1992 eröffnete Münchner Flughafen – bereits 18.000 mehr als in seinem Eröffnungsjahr. Und auch im Umfeld des Münchner Flughafens hat der Johnson Airport erhebliche Beschäftigungspotenziale entfaltet. Das lässt sich beispielhaft an dem rasanten Aufstieg der Logistikunternehmen aufzeigen, die sich in den unmittelbaren Umfeldern angrenzender Gemeinden Hallertalregion und Schwab-Münchener haben. Hier entstanden zahlreiche neue, moderne und zukunftsfähige Arbeitsplätze.

Von der Luftfahrt profitieren die Beschäftigten und die Unternehmen gleichermaßen. Alle wichtigen deutschen Finanz- und Wirtschaftszentren (Frankfurt, München, Düsseldorf, Hamburg, Köln, Hannover und Stuttgart) verdanken ihre Attraktivität nicht zuletzt den nahe gelegenen Flughäfen. Insbesondere internationale tätige Unternehmen sehen in

einem optimalen Luftverkehrsangebot durch leistungsstarke Flughäfen einen der wichtigsten Standortfaktoren. Dies wurde durch viele volks- und regionalwirtschaftliche Analysen bestätigt. Aufgrund ihrer enormen Beschäftigungswirkungen sind die Flughäfen darüber hinaus aber auch verlässliche Aktivposten für die regionalen Arbeitsmärkte. Dass etwa der Arbeitsmarkt der Freising/Eding über viele Jahre mit der bundesweit niedrigen Arbeitslosenquote aufwarten konnte, geht in erster Linie auf den hier angesiedelten Münchner Flughafen zurück.

Auch eine aktuelle Untersuchung des unabhängigen und renommierten Institutes „Oxford Economics“, das zu den führenden wissenschaftlichen und weltweit tätigen Unternehmen für Prognosen, Analysen und Consulting gehört, unterstreicht die Bedeutung des Luftverkehrs.

**Drehkreuze haben eine zentrale Funktion**

Wie in der Studie herangezogen wird, kommt dabei insbesondere den großen Drehkreuzen entscheidende Bedeutung zu. Auf diesen großen Flughäfen werden Zubehörfertigkeiten von kleineren Airports gebildet und die Passagiere dann mit einem größeren Flugzeug weiterbefördert. Drehkreuze haben deshalb auch ökonomisch eine Multiplikatorfunktion. Die Luftfahrt hat selbst im Krisenjahr mit dem allgemeinen Konjunkturschwund (neben der Finanzwirtschaft auch in der produzierenden Realwirtschaft) 816.000 Arbeitsplätze allein in Deutschland gesichert. Wichtig ist aber auch die wirtschaftliche Bedeutung der mit dem

Flugzeug in Deutschland ankommenden ausländischen Touristen, die mit ihren Ausgaben in den verschiedensten Bereichen noch einmal zusätzlich 330.000 Arbeitsplätze sichern – Tendenz steigend! Insgesamt, so die Experten von Oxford Economics, tragen der Luftverkehr und seine Beschäftigten zu einer Generierung von 20,2 Milliarden Euro pro Jahr an Steuern und Sozialabgaben bei – ebenfalls mit einer weiter ansteigenden Tendenz.

Der Wirtschaftsminister Luftverkehr ist in Deutschland mit seinen Flughäfen und seiner großen internationalen Luftverkehrsgesellschaft Lufthansa für riesige Investitionen verantwortlich. Am Bau neuer Terminals partizipieren die Bauwirtschaft, die Material- (Stahl) und Baustoffindustrie, die Produzenten von z.B. Aufzügen, Fahrtreppen, Laufbänder und Audioanlagentechnik (wie Thyssen-Krupp) und unzählige Firmen aus den Bereichen Energieversorgung, Klimatisierung und Haustechnik.

**Lufthansa als bedeutender Großinvestor**

Die Lufthansa induziert andererseits durch die Bestellung neuer Flugzeuge Wertschöpfung auch in der deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie, wie das Beispiel EADS mit seinen großen Werken (z.B. in Hamburg mit der Airbus-Fertigung) zeigt. So ist der deutsche Triebwerkhersteller MTU Engines an den Programmen der drei führenden Konzern für Großtriebwerke (Rolls-Royce, GE und Pratt & Whitney) beteiligt. Der Luftverkehr ist eine wichtige Säule der deutschen Volkswirtschaft.

- AGENDA SETTING
- PRODUKTE & MÄRKTE
- INNOVATIONEN
- UNTERNEHMEN
- STANDORTPROFILE
- BROSCHÜREN

# DIGITAL & PRINT

## Zielgruppen-Medien Verlag

Postfach 1142  
85421 Erding bei München  
www.zielgruppen-medien.de  
info@zielgruppen-medien.de